



Themenbeilage im Bilan

Smart Media / Bilan
8001 Zürich
044 258 86 00
<https://www.smartmediaagency.com/>

Medienart: Print
Medientyp: Publikumszeitschriften
Auflage: 10'915
Erscheinungsweise: unregelmässig



Seite: 10
Fläche: 32'186 mm²

Auftrag: 1088611
Themen-Nr.: 260.001

Referenz: 75737130
Ausschnitt Seite: 1/2

«Un réseau est plus qu'un simple canal de distribution»

Le «réseautage» est désormais bien ancré dans le vocabulaire des affaires. Mais qu'est-ce qui distingue vraiment un bon réseau? Comment obtenir l'accès à des réseaux attractifs... et comment entretenir durablement de précieux contacts? C'est à ces questions et à quelques autres que répond Danja Vogel, directrice de BNI Suisse, dans cette interview.

Danja Vogel, vous êtes directrice de BNI Suisse, le plus grand réseau de recommandations du monde.

Qu'est-ce qui distingue un «bon» réseau professionnel?

Il y a plusieurs facteurs à prendre en compte. Pour celui qui veut travailler en réseau, un facteur tout à fait essentiel est de faire en sorte de rencontrer des personnes ayant la même clientèle cible que lui. En effet cela ne mène à rien pour des professionnels de PME d'être en relation, à travers un réseau, avec des cadres supérieurs de grands groupes.

Que faut-il faire, alors?

Établissez un réseau au même niveau que vous! Rencontrez des personnes qui opèrent dans des segments similaires. Les chances de créer des synergies seront bien plus élevées. Il est également très important de veiller à toujours rencontrer un peu les mêmes personnes, car un réseau se nourrit de relations établies. Il ne suffit donc pas d'interagir une seule fois avec une

personne. C'est pourquoi, il n'est pas très utile d'appartenir à une centaine de clubs et à des dizaines d'organisations. Concentrez-vous plutôt sur quelques réseaux seulement, mais entretenez-les de façon intensive.

Entretenir le réseau de manière intensive est-il un moyen d'en faire un canal de distribution efficace?

Cette conception révèle une erreur de raisonnement fondamentale. En effet, on ne doit pas considérer un réseau comme un simple canal de distribution. Aborder le réseautage avec cette idée en tête est, dans la plupart des cas, voué à l'échec. Le réseau est un succès lorsqu'il sait tirer parti de la philosophie qui est la clé de la réussite des sociétés humaines: «Qui donne, reçoit.» Par conséquent, qui transmet des recommandations et veille à ce que les membres de son réseau en bénéficient recevra à son tour des recommandations et pourra en retirer des avantages.

Vous avez évoqué l'entretien du réseau. Comment faut-il procéder?

Il me paraît très important, malgré les nombreux avantages qu'offrent les médias sociaux, de rechercher des contacts personnels réguliers.

Et comment faire le premier pas pour s'introduire dans un réseau existant?

Il faut essayer d'en savoir plus sur les organisations et les groupes à proximité. Convient-il à ma propre entreprise? Leurs membres ont-ils les mêmes clientèles cibles? Ce sont deux questions essentielles qu'il convient de se poser. Chez BNI (www.bni.swiss), par exemple, chacun peut visiter une séance d'un de nos groupes d'entrepreneurs et se faire une idée sur place. Nous rassemblons plus de 2500 membres et avons en 2019 d'ores et déjà obtenu 87500 recommandations avec un chiffre d'affaires de 335 millions de francs suisses.

Datum: 11.12.2019



Themenbeilage im Bilan

Smart Media / Bilan
8001 Zürich
044 258 86 00
<https://www.smartmediaagency.com/>

Medienart: Print
Medientyp: Publikumszeitschriften
Auflage: 10'915
Erscheinungsweise: unregelmässig



Seite: 10
Fläche: 32'186 mm²

Auftrag: 1088611
Themen-Nr.: 260.001

Referenz: 75737130
Ausschnitt Seite: 2/2

